



KOREAN PATENT ABSTRACTS(KR)

Document Code:A

(11) Publication No.1020000064077

(43) Publication Date. 20001106

(21) Application No.1020000048195

(22) Application Date. 20000819

(51) IPC Code:

G06F 17/60

(71) Applicant:

NEXT WEB, INC.

(72) Inventor:

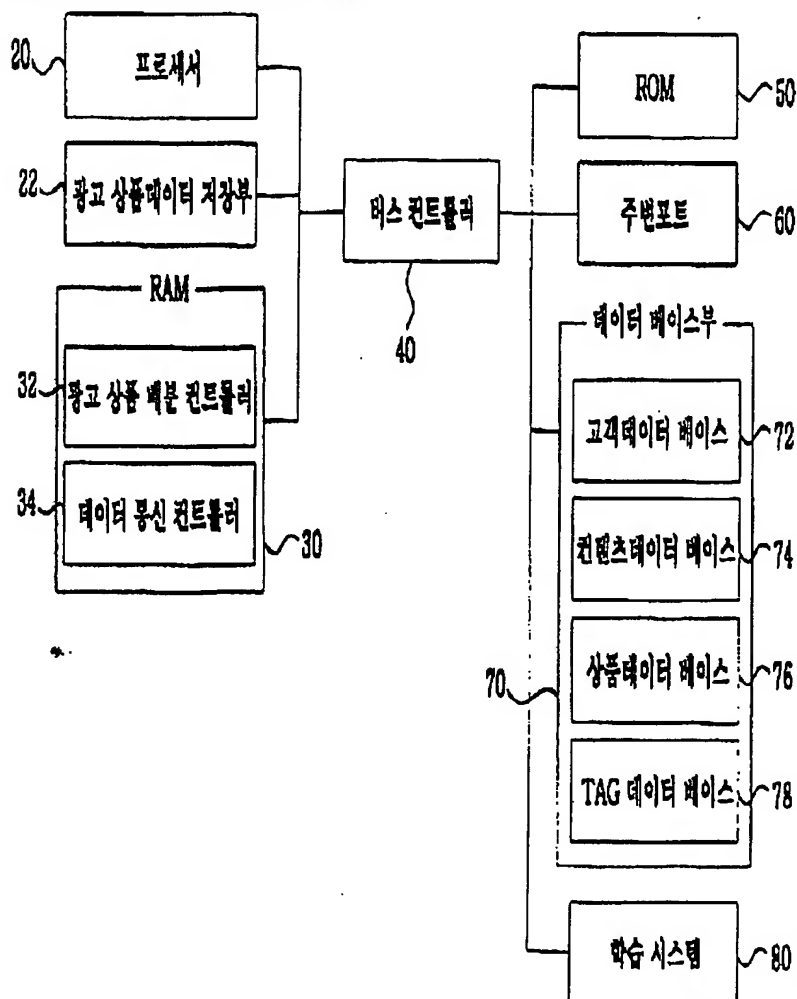
KIM, HYEON SEOK

(30) Priority:

(54) Title of Invention

SYSTEM AND METHOD FOR DRAWING PURCHASABLE GOODS

Representative drawing



(57) Abstract:

PURPOSE: A system and a method for drawing purchasable goods are provided to draw desired purchasable goods for a user, the best purchasable times and optimum purchasable prices by exactly analyzing data generated from user information registration process.

CONSTITUTION: A processor(20) is connected with a purchasable goods data storage part(22) which stores purchasable goods data deduced from the processor. A RAM(30) is connected with a bus controller (40) through a host bus. The bus controller (40) is connected a ROM(50), a peripheral port(60) and a database part(70) through an input/output bus. The input/output bus is connected with a communication unit through the peripheral port(60) for on-line communications. The RAM(30) comprises a version to execute a purchasable goods distribution controller(32) and a data communication controller(34). The database part(70) storing clients private information, various goods, contents and their tags is comprised of a client database(72), a contents database(74), a goods database(76) and a tag database(78).

(19) 대한민국특허청(KR)
(12) 공개특허공보(A)

(51) Int. Cl. ⁷ G06F 17/60(조기공개)	(11) 공개번호 특2000-0064077
	(43) 공개일자 2000년11월06일
(21) 출원번호 10-2000-0048195	
(22) 출원일자 2000년08월19일	
(71) 출원인 주식회사 넥스트웹 김현석	
(72) 발명자 김현석	서울특별시 서초구 양재동 95 원지빌딩 3층
(74) 대리인 정문영	서울특별시 서초구 양재동 95번지 원지빌딩 3층

심사청구 : 있음

(54) 구매가망상품 도출시스템 및 그 방법

요약

본 발명은 고객의 개인 신상정보와 특정 고객이 온라인 콘텐츠 사이트 상에서 각종 문제 해결을 위해 소비하는 과정에서 발생하는 각종 콘텐츠의 정보를 분석하여 해당 고객에게 맞는 최적의 구매가망상품을 도출함과 동시에, 콘텐츠의 소비시에 발생하는 고객의 현재 구매단계를 바탕으로 각종 상품에 대한 최적의 구매가망시기를 도출하고, 고객의 개인 신상정보와 콘텐츠의 소비시에 발생하는 정보를 바탕으로 각종 상품에 대한 최적의 구매가망가격을 산출하여 데이터베이스화함으로써 개인별 맞춤 광고를 통한 광고 효과의 증대와 함께, 실질 구매까지 유도할 수 있는 온라인 상의 구매가망상품 도출시스템 및 그 방법에 관한 것으로, 이 구매가망상품 도출 시스템은 온라인을 통해서 다수의 고객 컴퓨터로 입력된 고객의 개인 신상정보를 비롯하여, 각종 상품, 문제해결을 위한 콘텐츠 및 해당 콘텐츠에 대한 TAG를 저장하는 데이터베이스부와, (70)와, 고객의 개인 신상정보와 고객의 콘텐츠 소비시에 생성된 TAG를 바탕으로 현재 고객의 구매 가능성이 높은 구매가망상품과, 구매단계별로 현재 고객이 처해있는 최적의 구매가망시기와, 구매가능한 최적의 구매가망가격을 도출하는 프로세서(20)와, 상기 프로세서(20)에 의해 도출된 구매가망상품과, 최적의 구매가망시기 및 구매가망가격에 관한 데이터를 저장하는 구매가망상품 데이터 저장부(22)로 이루어진다.

대표도

도2

명세서

도면의 간단한 설명

- 도 1은 본 발명에 따른 구매가망상품 도출시스템의 통신 네트워크를 나타낸 블록도.
도 2는 도 1의 운영자 컴퓨터에 설치된 처리회로를 나타낸 블록도.
도 3은 본 발명에 따른 구매가망상품 도출방법의 전체 처리과정을 나타낸 플로우차트.
도 4는 도 3의 구매가망시기 도출과정을 나타낸 플로우차트.
도 5는 도 3의 구매가망가격 도출과정을 나타낸 플로우차트.

♣ 도면의 주요부분에 대한 부호의 설명 ♣

10: 운영자 컴퓨터	12: 인터넷
14: 고객 컴퓨터	20: 운영 프로세서
22: 구매가망상품 데이터 저장부	30: RAM
32: 구매가망상품 배분 컨트롤러	34: 데이터 통신 컨트롤러
40: 버스 컨트롤러	50: ROM
60: 주변포트	70: 데이터베이스부
72: 고객 데이터베이스	74: 콘텐츠 데이터베이스
76: 상품 데이터베이스	78: TAG 데이터베이스
80: 학습 시스템	

발명의 상세한 설명

발명의 목적

발명이 속하는 기술 및 그 분야의 종래기술

본 발명은 온라인 상의 구매가망상품 도출시스템 및 그 방법에 관한 것으로, 보다 상세하게는, 고객의 개인 신상정보와 특정 고객이 온라인 콘텐츠 사이트 상에서 각종 문제 해결을 위해 소비하는 과정에서 발생하는 각종 콘텐츠에 미리 부여된 특정의 TAG정보를 활용하여 해당 고객에게 맞는 최적의 구매가망상품을 도출함과 동시에, 각종 상품에 대해 고객이 처해있는 현재의 구매단계별 최적의 구매가망시기와, 개인 신상정보를 바탕으로 산출한 재정적인 능력과 콘텐츠 소비시에 발생하는 TAG정보를 바탕으로 각종 상품에 대한 최적의 구매가망가격을 도출해냄으로써, 개인별 맞춤 광고의 실현이 가능한 데이터베이스를 제공할 수 있는 온라인 상의 구매가망상품 도출시스템 및 그 방법에 관한 것이다.

인터넷은 통상의 프로토콜을 이용하여 광범위한 네트워크를 형성하도록 작동하는 네트워크의 집합체이다. 최근, 효율적이고 신뢰성이 높으며 저가인 컴퓨터 및 초고속 인터넷망을 이용할 수 있게 됨으로써, 인터넷 사용인구는 급격히 증대되고 있다.

인터넷은 고객에게 정보 및 서비스를 제공하는 비즈니스를 위한 종합적인 장소로서의 위치를 더욱 높여가고 있다. 이와 같은 인터넷 비즈니스 중에서 많은 중요한 자금원 중의 하나로서 인터넷을 통한 광고 및 상품판매를 들 수 있으며, 많은 인터넷 홈페이지는 배너광고에 할당된 다수의 영역을 갖고 있다.

그러나, 현재 대부분의 온라인 사이트에서는 단지 다수의 광고를 랜덤하게 배열한 다음, 많은 대중에게 소정의 시간 간격을 두고 주기적으로 디스플레이하거나, 다수의 고객을 무작위로 선정하여 전자메일 등으로 상품정보를 공급하고 있다. 그로 인해, 대부분의 온라인 이용자들은 배너광고에 그다지 흥미를 느끼지 못하며, 그로 인해 광고를 통한 상품구매 및 서비스 이용까지 유도하기에는 많은 어려움이 있다.

발명이 이루고자하는 기술적 과제

이와 같은 문제점을 해결하기 위한 본 발명의 목적은 온라인을 통해 회원으로 등록한 고객의 개인 신상정보와 각종 문제해결을 위해 콘텐츠를 소비하는 과정에서 발생하는 정보를 정확히 분석한 다음, 이들 정보를 바탕으로 현재시점에서 고객이 가장 원하고 있는 구매가망상품을 비롯하여, 고객이 현재 처해있는 구매단계별 최적의 구매가망시기와, 실제 구매가능한 최적의 구매가망가격에 대한 데이터를 정확히 도출할 수 있는 온라인 상의 구매가망상품 도출시스템을 제공하는데 있다.

본 발명의 다른 목적은 특정 고객의 개인 신상정보와 관련된 구매력지수와 콘텐츠 소비시에 산출된 구매력지수를 비교하여 구매가망상품을 도출함과 동시에, 콘텐츠 소비시에 발생한 현재의 구매단계별 최적의 구매가망시기와 실제 구매가능한 최적의 구매가망가격 데이터를 도출하여 데이터베이스화함으로써, 광고자 및 판매자와 고객이 1:1로 직접 만날 수 있는 개인별 맞춤 마케팅을 가능케 하는 온라인 상의 구매가망상품 도출방법을 제공하는데 있다.

발명의 구성 및 작용

상술한 목적을 달성하기 위한 본 발명의 온라인 상의 구매가망상품 도출시스템은 온라인 상의 상품광고 및 판매시스템에 있어서, 고객의 개인 신상정보를 비롯하여, 각종 상품, 콘텐츠 및 해당 콘텐츠에 대한 TAG를 저장하는 데이터베이스부와, 고객의 개인 신상정보와 고객의 콘텐츠 소비시에 생성된 TAG를 바탕으로 현재 고객의 구매 가능성이 높은 구매가망상품과, 구매단계별로 현재 고객이 처해있는 최적의 구매가망시기와, 구매가능한 최적의 구매가망가격을 도출하는 프로세서와, 상기 프로세서에 의해 도출된 구매가망상품과, 최적의 구매가망시기 및 구매가망가격에 관한 데이터를 저장하는 구매가망상품 데이터 저장부를 포함한다.

상술한 다른 목적을 달성하기 위한 본 발명의 온라인 상의 구매가망상품 도출방법은 온라인을 이용한 전자 거래방법에 있어서, 등록 고객의 개인 신상정보에 대응하는 기본정보와 부가서비스 이용시 입력한 부가정보를 바탕으로 구매력 지수를 산출하는 단계(S24)와, 고객의 문제 해결을 위해 콘텐츠를 소비하는 과정에서 구매력 TAG와 상품 TAG를 생성하는 단계(S40, S42)와, 산출된 구매력 지수와 고객의 콘텐츠 소비시에 생성된 구매력 TAG를 바탕으로 통합 구매력지수를 산출하는 단계(S26)와, 고객의 콘텐츠 소비시에 생성된 상품TAG의 누적값을 바탕으로 구매가능한 구매력지수를 산출하는 단계(S48)와, 상기 통합 구매력지수와 구매가능한 구매력지수를 비교 분석하여 구매가망상품을 도출하는 단계(S52)와, 상기 콘텐츠 소비시에 생성된 구매시기 TAG와 기능버튼의 사용횟수를 바탕으로 각종 상품에 대해 고객이 처해있는 구매단계별 현재의 구매가망시기를 도출하는 단계(S214)와, 고객의 개인 신상정보 및 고객의 콘텐츠 소비시에 선택된 구매시기 TAG를 분석하여 각종 상품에 대한 실제 구매 가능한 최적의 구매가망가격을 도출하는 단계(S310)와, 도출된 구매가망상품, 구매단계별 현재의 구매가망시기 및 구매가능한 구매가망가격 데이터를 저장하는 단계(S54), (S216), (S312)를 포함한다.

이하, 첨부한 도면을 참조하여 본 발명의 바람직한 실시예에 따른 온라인 상의 구매가망상품 도출시스템 및 그 방법에 대하여 상세히 설명한다. 본 명세서에 있어서, 구매가망상품이라 함은 본 발명의 시스템에 의해서 도출된 상품을 온라인 상의 쇼핑몰이나 역경매 및 공동경매 등을 통해서 다수의 고객에게 광고하거나 판매할 수 있으며, 오프라인의 상거래를 통해서도 홍보 및 판매할 수 있는 상품을 말한다. 특히, 이 구매가망상품은 특정 고객의 관심분야에 대해서 해당 고객의 구매가망시기와 구매가망가격을 바탕으로 온라인/오프라인을 통해서 개별적으로 광고하거나 판매할 수 있는 상품으로, 이들 모두에 대해 본 명세서에서는 구매가망상품이라 통칭한다. 또한, 필요시에 구매가망상품에는 구매가망상품 뿐만 아니라 각종 상품에 대한 구매가망시기와 구매가망가격을 내포하고 있는 의미로도 사용한다.

또한, 본 명세에서 콘텐츠란 인터넷이나 PC통신, 전화, 휴대폰 등의 각종 매체를 통해서 전달되는 음악이나 동영상을 비롯하여 문서나 음성으로 전달되는 각종 파일형태의 내용물을 의미한다.

도 1은 본 발명에 따른 구매가망상품 도출시스템의 통신 네트워크를 나타낸 블록도이고, 도 2는 도 1의 운영자 컴퓨터에 설치된 처리회로를 나타낸 블록도이다.

먼저, 도 1에 도시된 바와 같이, 본 발명에 따른 구매가망상품 도출시스템에는 전체 시스템을 운영하는 운영자 컴퓨터(10)와, 온라인을 통해서 운영자 컴퓨터(10)와 접속되어 있는 다수의 고객 컴퓨터(14)가 포함되어 있다. 또한, 운영자 컴퓨터(10)에서 도출된 구매가망상품은 온라인(가령, 인터넷(12))을 통해서 구매가망상품에 대한 데이터를 필요로 하는 쇼핑몰 운영회사나 광고회사(통칭하여 프로바이더라 칭함)의 컴퓨터(16)에도 공급되어 적절히 활용할 수 있도록 한다.

운영자 컴퓨터(10)는 가령, 전자 메일, 소프트웨어 다운로드, 뉴스, 일기예보, 스포츠, 경제 등의 정보, 전자상거래, 온라인 게임, 및 그 밖의 여러 가지 다양한 기능을 인터넷(12)을 통해서 가입자에게 제공하는 온라인 콘텐츠 제공업체의 서버를 말한다. 특히, 본 발명의 운영자 컴퓨터(10)의 서버를 통해서 제공되는 웹사이트 상에는 각종 문제해결을 위한 콘텐츠가 포함되어 있으며, 이 문제해결 콘텐츠를 소비하는 과정에서 구매와 관련된 정보를 얻을 수 있도록 구성되어 있다. 여기에서, 문제해결을 위한 콘텐츠는 일반전화나 휴대폰을 이용한 전화서비스를 비롯하여 PC통신을 통해서 전달되는 각종 정보전달 서비스를 통해서 제공할 수도 있다.

운영자 컴퓨터(10)에서 도출된 구매가망상품과, 구매단계별 현재의 구매가망시기 및 최적의 구매가망가격에 대한 데이터는 데이터베이스화하여 오프라인의 경로를 통해서 제공하거나 온라인을 통해 특정 고객 컴퓨터(14)에 직접 배분할 수도 있다. 또한, 구매상품과 관련된 해당 데이터를 원하는 업체의 프로바이더 컴퓨터(16)에 제공할 수 있다.

도 2는 본 발명에 따른 운영자 컴퓨터(10)에 구비된 처리회로를 나타내는 블록도이다. 이 처리회로에는 프로세서(20)와, 프로세서(20)에서 도출된 구매가망상품 데이터를 저장하는 구매가망상품 데이터 저장부(22)와, 통상의 비휘발성 메모리(가령, RAM(30))와, 버스 컨트롤러(40)와, 비휘발성 메모리(가령, ROM)(50)와, 및 주변포트(90)와, 각종 데이터를 저장하는 데이터베이스부(70)가 포함된다.

여기에서, 프로세서(20)와, 구매가망상품 데이터 저장부(22)와, RAM(30)은 호스트 버스를 통해 버스 컨트롤러(40)와 접속되고, 버스 컨트롤러(40)는 다시 입출력 버스를 통해서 ROM(50)과, 주변포트(60) 및 데이터베이스부(70)와 접속된다. 입출력 버스는 주변포트(60)를 통해서 온라인과 통신할 수 있도록 통신 장치와 접속되며, 주변포트(60)에는 직렬포트 또는 병렬포트가 포함된다.

프로세서(20)는 고객의 콘텐츠 소비시에 데이터베이스부(70)로부터 해당 TAG를 선택한 다음, 선택된 TAG를 바탕으로 구매 가능성이 높은 구매가망상품과, 해당 구매가망상품에 대한 구매가망시기 및 구매가망가격을 도출하며, 도출된 구매가망상품에 대한 정보는 구매가망상품 데이터 저장부(22)에 저장한다. 본 명세서에서는 특정 콘텐츠가 소비될 때에 특정한 데이터들이 발생할 수 있도록 사전에 각 콘텐츠에 내포시킨 분류된 의미(관련상품, 구매력, 구매가망시기, 콘텐츠의 속성)를 정의하여 놓았으며, 각각의 콘텐츠에는 관련상품을 비롯한, 구매력, 구매가망시기, 콘텐츠의 종류 등의 의미를 나타내도록 약속된 특정의 기호인 TAG가 부여되어 있다. 각 TAG는 콘텐츠를 소비하는 과정에서 프로세서(20)에 의해 데이터베이스부(70)로부터 읽어내어지며, 이때 프로세서(20)는 TAG에 의해 생성된 데이터를 수집 및 분석하여 구매가망상품, 구매단계별 현재의 구매가망시기와 구매가능한 최적의 구매가망가격을 도출한다.

여기에서, 구매단계별 대부분의 소비자가 상품에 대한 구입의 필요성을 느낀 다음에 실제 구매를 하기까지의 일련의 과정을 말하는 것으로, 상품구매의 필요성을 인식하는 단계와, 온라인/오프라인의 각종 채널을 통해서 구매하려는 상품에 대한 정보를 조사하는 단계와, 조사된 상품정보를 바탕으로 각종 상품의 기능, 가격, 사양등을 비교하는 단계와, 비교판단 단계 후에 해당 상품에 대한 구매를 결정하는 단계와, 제품에 대한 배달이나 애프터서비스와 관련된 구매후 처리단계로 분류할 수 있다.

본 실시예의 RAM(30)은 구매가망상품 배분 컨트롤러(32) 및 데이터 통신 컨트롤러(34)를 실행할 수 있는 버전을 포함한다. 이들 컨트롤러(32), (34)는 본 발명에 의해 도출된 구매가망 상품에 관련된 해당 정보를 온라인을 통해서 개별 고객의 컴퓨터로 전송하는 경우에 필요한 하나의 예시적인 것으로서, 구매가망상품 배분 컨트롤러(32)는 프로세서(20)에 의해 도출되어 구매가망상품 데이터 저장부(22)에 저장된 구매가망상품을 비롯한 구매가망시기와 구매가망가격에 대한 데이터를 읽어낸 다음, 이들 데이터를 시계열적으로 배열한다. 데이터 통신 컨트롤러(34)는 시계열적으로 배열된 구매가망상품을 인터넷(12)을 통해서 고객 컴퓨터(14)로 전송한다. 이때, 구매가망상품 배분 컨트롤러(32)는 도출된 구매가망상품을 구매가망시기에 따라서 개별고객에게 선별적으로 배분할 수도 있으며, 모든 가입고객에게 구매가망상품이 도출되었을 때마다 최적의 구매가망시기와 구매가망가격에 대한 데이터를 전송할 수도 있다.

또한, 구매가망상품 배분 컨트롤러(32) 및 데이터 통신 컨트롤러(34)를 이용한 온라인 상의 전송방식 대신에 가령, 플로피 디스켓이나 CD-ROM 및 광 디스크 등의 적절한 기록매체에 저장한 다음, 원하는 프로바이더 업체에 공급할 수도 있으나, 본 발명에서는 오프라인으로 행해지는 통상의 비즈니스 방법에 관해서는 생략한다.

고객의 신상정보를 비롯하여, 각종 상품, 콘텐츠 및 해당 콘텐츠에 대한 TAG를 저장하는 데이터베이스부(70)에는 회원에 대한 성별, 나이, 직업, 주거환경, 소유차량, 거주지역 등의 기본정보와 함께, 회원 스스로가 부가 서비스의 활용을 위해 추가 가입시에 제공한 신용카드의 유무 등의 부가정보를 저장하는 고객 데이터베이스(72)가 포함된다. 그 밖에도, 상품의 종류 및 품명, 가격 등의 상품에 관한 정보를 저장하는 상품 데이터베이스(76)와, 각종 콘텐츠에 대한 가격, 기능, 디자인, 구입처 정보, 애프터서비스, 배달 등의 정보를 저장하는 콘텐츠 데이터베이스(74)와, 각각의 콘텐츠 별로 고객정보와, 상품정보 및 콘텐츠의 종류에 따라 특정의 약속된 기호인 TAG를 저장하는 TAG 데이터베이스(78)가 포함된다.

여기에서 TAG 데이터베이스(48)에 저장되는 각종 TAG중에서, 구매할 가능성이 높은 상품을 도출하는 과

정에서 생성되는 상품 TAG 및 구매력 TAG에 관하여 설명한다.

1. 상품 TAG

상품 TAG는 구매 가능성이 높은 상품을 도출해내기 위해 콘텐츠 별로 관련이 있는 상품을 의미하는 특정의 약속된 기호를 말한다. 온라인 콘텐츠 사이트 상에서 고객은 자신에게 필요한 콘텐츠를 검색하여 문제해결을 시도하게 된다. 각각의 문제해결 콘텐츠에는 해당 콘텐츠의 내용과 관련이 있는 상품 TAG가 부여되어 있다. 따라서, 콘텐츠의 소비시에 생성된 상품 TAG는 프로세서(20)로 전송되어 고객별로 수집되며, 수집된 상품 TAG는 각각의 상품 TAG별로 발생 빈도수가 집계되어 TAG 데이터베이스(78)에 저장한다.

2. 구매력 TAG

구매력 TAG는 온라인 콘텐츠 사이트에서 제공하는 각각의 문제해결 콘텐츠에 고객의 구매력을 산출하기 위해 부여한 기호로서, 모든 콘텐츠에는 특정의 콘텐츠를 소비할 가능성이 높은 소비자들의 구매력을 의미하도록 약속된 구매력 TAG가 부여되어 있다. 이 구매력 TAG는 해당 콘텐츠가 소비될 때마다 생성되어 프로세서(20)로 전송된 다음, 상품 TAG와 마찬가지로, 프로세서(20)로 전송된 구매력 TAG는 특정 고객별로 집계되어 TAG 데이터베이스(78)에 저장된다.

이렇게 생성된 상품 TAG와 구매력 TAG는 각각, 해당 고객에 대한 구매가능한 구매력 지수와 고객에 대한 통합 구매력 지수를 산출하는데 기초자료로서 활용된다.

통합 구매력 지수의 산출을 위해서는 먼저, 고객이 회원으로 가입할 때에 입력한 개인정보(가령, 나이, 직업, 성별, 소유차량, 주거환경, 거주지역 등등)에 의거하여 부여되는 회원의 기본정보와, 회원 스스로 부가 서비스를 활용하기 위해 추가 가입시에 입력한 부가정보(신용카드 유무 등등)에 의거하여 개인 부가정보를 바탕으로 구매력 지수를 산출한다. 다음에, 이 구매력 지수와 콘텐츠 소비시에 생성된 상기 구매력 TAG를 바탕으로 통합 구매력 지수가 산출된다. 이때, 구매력 지수를 산출하는 과정에서 시간의 경과에 따라 변경된 고객의 기본정보도 반영되어 산출되는데 그에 대해서는 다음에 상세히 설명하기로 한다.

다음에, 특정 고객별로 집계된 상품 TAG의 집계숫자는 상위부터 차례대로 나열되며, 해당 상품별 구매가능한 구매력지수의 산출 근거로 활용된다. 프로세서(20)는 고객의 개인 신상정보 및 구매력 TAG를 바탕으로 산출한 통합 구매력 지수와 상품 TAG를 바탕으로 산출한 구매가능한 구매력지수의 크기에 따라서 해당 상품을 특정 소비자의 구매 가능 상품으로 도출하게 되는데, 그에 대한 과정은 도 3에서 설명한다.

3. 구매시기 TAG

구매시기 TAG는 특정 콘텐츠를 소비할 가능성이 높은 소비자들이 속해있는 구매 과정 상의 단계별 해당 구매가망시기를 의미하는 특정의 약속된 기호로서, 각각의 콘텐츠에 부여되어 있으며, 콘텐츠가 소비될 때마다 해당 구매시기 TAG가 생성된다. 생성된 구매시기 TAG는 특정 고객의 구매 가능성이 높은 상품별로 수집된 다음, 각각의 구매시기 TAG의 종류별로 집계되어 TAG 데이터베이스(78)에 저장된다.

대부분의 소비자가 상품을 구매하기까지의 일련의 구매과정을 단계별로 나누어 보면, 상품구매의 필요성을 인식하는 단계와, 온라인/오프라인의 각종 채널을 통해서 구매하려는 상품에 대한 정보를 조사하는 단계와, 조사된 상품정보를 바탕으로 각종 상품의 기능, 가격, 사양등을 비교하는 단계와, 비교판단 단계 후에 해당 상품에 대한 구매를 결정하는 단계와, 제품에 대한 배달이나 애프터서비스와 관련된 구매 후 처리단계로 분류할 수 있다. 따라서, 문제해결 콘텐츠를 소비하는 과정에서 고객이 현재 각 구매과정별로 어떤 단계에 속해있는지를 판별할 수 있으며, 구매단계별로 해당하는 구매시기 TAG가 생성되어 프로세서(20)로 전달된다.

또한, 본 발명에서는 각 구매가망시기별로 콘텐츠 소비자의 소비행위시에 효율성을 제고하기 위한 특정의 기능버튼이 제공된다. 이 기능버튼은 각각의 구매단계마다 필요한 기능을 손쉽게 실행할 수 있도록 하기 위해 제공된 것으로, 가령, 고객의 현재 구매과정이 비교단계에 처해있는 경우라면, 비교 구매가망시기에 속한 상품을 다른 아이템들과 비교할 수 있는 비교기능을 제공함으로써, 고객은 비교기능을 통해서 제품간 비교행위의 효율성을 제고할 수 있다. 즉, 고객은 비교 기능버튼을 활용하여 하나의 특정 아이템뿐만 아니라 한 화면에서 유사한 다른 아이템과 특정 관심사항에 대하여 실시간으로 비교하는 것이 가능하다.

이때, 고객이 비교 기능버튼을 사용할 때마다 해당 비교 기능버튼의 사용여부가 프로세서(20)로 전송되어 비교의 대상으로 선택된 상품별로 비교 기능버튼의 사용횟수가 집계되어 TAG 데이터베이스(78)에 저장된다.

구매가망시기별로 집계된 구매시기 TAG수는 특정의 분포로 나타나며, 여기에 특정의 비교 기능버튼의 사용여부 및 사용횟수를 종합적으로 고려하여 해당 고객이 소비자 구매과정 상에서 어떤 시기에 속해 있을 가능성이 높은지를 최종적으로 도출하게 된다. 이 구매시기 TAG와 비교 기능버튼을 이용하여 구매가망시기를 도출하는 과정을 도 4에서 설명한다.

4. 콘텐츠 속성 TAG

콘텐츠 속성 TAG는 각 콘텐츠의 종류(가격, 기능, 디자인, 구입처 정보, 애프터서비스, 배달 등등)를 의미하는 특정의 약속된 기호로서 콘텐츠마다 부여되어 있다. 콘텐츠 속성 TAG는 콘텐츠가 소비될 때마다 생성되어 프로세서(20)로 보내지며, 전송된 데이터는 해당 고객이 구매할 가능성이 가장 높은 상품별로 수집됨과 동시에, 각각의 콘텐츠 속성 TAG가 발생한 횟수를 콘텐츠 속성 TAG별로 집계하여 TAG 데이터베이스(78)에 저장한다.

특정상품에 대한 콘텐츠 속성 TAG별로 집계된 총수 중에서 가격관련 콘텐츠 속성 TAG의 발생비중에 따라서 해당상품에 대한 가격 민감지수가 산출됨으로써, 해당 상품의 표준 소비자가와 대비하여 어느 정도

할인된 가격으로 구매할 가능성이 있는지를 최종적으로 도출한다. 콘텐츠 속성 TAG를 이용한 구매가망가격 도출에 대해서는 도 5에서 설명한다.

다음에, 도 3은 본 발명에 따른 구매가망상품 도출방법의 전체 처리과정을 나타낸 플로우차트이고, 도 4는 도 3의 구매가망시기 도출과정을 나타낸 플로우차트이며, 도 5는 도 3의 구매가망가격 도출과정을 나타낸 플로우차트로서, 이들 도면을 참조하여 본 발명에 따른 구매가망상품 도출방법에 대하여 설명한다.

먼저, 도 3에 도시한 바와 같이, 고객은 자신의 컴퓨터(14)로 인터넷(12)을 통해 운용자 컴퓨터(10)에서 운영하는 웹사이트에 접속하여(단계S10), 웹사이트 상에서 제공하는 각종 콘텐츠를 소비할 수 있다. 다음에, 회원으로 가입하고 싶은 고객이 단계S12에서 회원가입을 클릭하면, 회원 기본정보 입력창이 제공되며 고객은 자신의 신상에 관한 기본적인 정보를 입력할 수 있다(단계S14). 다음에, 부가 서비스의 가입 여부를 묻게 되며(단계S16), 고객이 부가 서비스의 이용을 선택한 경우(단계S16에서 예(Y))에는 신용카드의 종류나 유무상황 등의 개인 부가정보를 입력하며(단계S20), 입력된 개인 부가정보는 고객 데이터베이스(72)에 저장한다(단계 S22). 한편, 부가 서비스의 이용을 선택하지 않은 경우(단계S16에서 아니오(N))에는 고객이 입력한 회원 기본정보만을 고객 데이터베이스(72)에 저장한다(단계S18).

다음 단계S24에서는 고객이 입력한 부가정보와 기본정보를 바탕으로 수학식을 이용하여 구매력 지수를 산출하며(단계S24), 프로세서(20)는 산출된 구매력지수와 함께 단계S38에서 콘텐츠를 소비할 때 생성되는 구매력 TAG(단계S40)를 이용하여 통합 구매력 지수를 산출한다(단계S26).

한편, 시간의 경과에 따라서 회원의 기본정보가 변경될 수 있으며, 본 발명에서는 이를 반영하여 구매력 지수를 산출하도록 하였다. 즉, 단계S32에서 회원ID를 확인한 후에, 회원 기본정보의 변경이 있는지를 판단하게 되며, 이때 기본정보의 변경이 있는 경우(단계S34에서 Y)에는 회원 변경정보를 저장(단계S36)한 다음에, 기본 구매력 지수의 산출의 기초 데이터로 활용한다.

다음에 회원에 가입한 고객이 콘텐츠를 소비하면(단계S38), 소비된 콘텐츠에 부여되어 있는 상품 TAG가 생성된다(단계S42). 생성된 상품 TAG는 프로세서(20)로 보내져 특정 고객별로 누적되며(단계S44), 프로세서(20)는 각 상품 TAG별로 발생한 수를 집계하여 TAG 데이터베이스(78)에 저장한다. 다음 단계(S46)에서는 상품 TAG의 누적값을 비교 판단한 다음, 각종 수학식을 이용하여 미리 계산된 구매가능한 구매력지수를 산출한다(단계S48).

다음에 프로세서(20)는 단계S50에서, 단계S26에서 구한 통합 구매력지수와 구매가능한 구매력지수를 비교 분석한 다음, 주어진 조건을 만족하는 경우(가령, 통합 구매력지수가 구매가능한 구매력지수와 큰 경우 등)에는 구매가망상품을 도출한다(단계S52). 도출된 구매가망상품은 구매가망상품 데이터 저장부(22)에 저장된다(S54). 한편, 상기 단계S38에서 소비된 콘텐츠를 바탕으로 도 4와 도 5에서는 각종 상품에 대한 최적의 구매가망시기와 구매가망가격을 도출한다.

먼저, 도 4에 도시된 바와 같이, 상기 단계S38에서 고객이 콘텐츠를 소비하게 되면, 해당 콘텐츠에 부여되어 있던 구매시기 TAG가 생성된다(단계S208). 이때 생성된 구매시기 TAG는 프로세서(20)에 의해 집계되어 각각의 종류별로 TAG 데이터베이스(78)에 저장된다.

한편, 단계S202에서, 고객이 구매과정상 각 구매가망시기별로 제공되어 있는 본 발명의 기능버튼을 사용하였는지의 여부를 판단하여, 가령, 비교버튼과 같은 기능버튼을 사용한 경우(단계S202에서 Y)에는 기능버튼의 사용횟수를 누적한 다음(단계S204), 누적 데이터를 분석한다(단계S206). 이때, 누적된 기능버튼 사용횟수 값이 소정의 조건을 만족하는 경우에, 프로세서(20)는 단계S210에서 저장된 구매시기 TAG와 분석한 누적 데이터를 바탕으로 해당 구매가망상품에 대한 구매가망시기를 도출한다(단계S212), 도출된 최적의 구매가망시기에 관한 데이터 역시, 구매가망상품 데이터 저장부(22)에 저장한다(단계S216).

한편, 상기 단계S38에서 고객이 콘텐츠를 소비하게 되면, 도 5에 도시된 바와 같이, 해당 콘텐츠에 부여되어 있던 콘텐츠 속성 TAG가 생성되며(단계S302), 생성된 콘텐츠 속성 TAG는 종류별로 누적 집계되어 TAG 데이터베이스(78)에 저장된다(단계S304).

다음에, 프로세서(20)는 TAG 데이터베이스(78)에 저장된 콘텐츠 속성 TAG의 누적 데이터를 분석하여(단계S306), 콘텐츠 속성 TAG별로 집계된 총수 중에서 가격 관련 콘텐츠 속성 TAG의 생성비중(%)에 따라서 해당 상품에 대한 특정 고객별 가격민감도 지수를 산출한다(단계S308). 다음에, 산출된 가격 민감도 지수를 바탕으로 해당 상품에 대한 구매가망가격을 도출한 다음(단310), 도출된 상품별 구매가망가격에 관한 데이터를 구매가망상품 데이터 저장부(22)에 저장한다.

본 발명에 있어서, 학습 시스템(80)은 고객의 신상정보에 의한 최적의 구매 가망상품과 구매가망시기 및 구매가망가격을 상기와 같은 순서로 구해진 실제 구매상품과 구매시기 및 구매가격을 비교하여 실제 구매력 지수를 지속적으로 업데이트해 나가며, 이러한 일련의 학습과정을 통해서 보다 고객의 성향에 가까운 정확한 구매력 지수 데이터를 확보하는 것이 가능하다.

발명의 효과

이상으로 설명한 본 발명에 의하면, 특정 고객의 개인 신상정보를 파악함과 동시에, 문제해결을 위해 소비하는 콘텐츠들 바탕으로 상품 및 서비스에 대한 고객의 구매성향을 정확히 파악한 다음, 고객이 필요로 하는 상품과 해당 상품에 대한 구매가망시기 및 구매가능한 구매가망가격에 대한 정보를 정확히 도출함으로써, 비용에 비해 효율적인 마케팅 및 판매가 가능하며, 효율적인 광고전략을 수행할 수 있다. 또한, 개인별 선호도에 따른 1:1마케팅이 가능하므로 대상 고객의 만족도를 높여 마케팅 효과를 증대시킬 수 있다.

또한, 본 발명의 도출시스템에 의해 얻어진 구매 가능성이 높은 구매가망상품과 해당 구매가망상품에 대한 구매가망시기 및 구매가망가격에 대한 데이터는 개별 개인 고객을 대상으로 하는 역경매, 공동구매, 정보를 매개로 한 상품 및 서비스 판매 대행, 소비자 그룹과 공급자 그룹을 연결하는 대규모 전자거래시

장 등의 상거래에서 효과적으로 활용할 수 있으며, 개별 고객의 관심분야에 맞는 상품을 도출하여 선별적으로 광고하거나 가입 고객의 구매가망시기별로 차등을 두고 광고하는 광고분야에서도 활용할 수 있으며, 그 밖에 시장조사 분야에서도 효과적으로 활용할 수 있다.

(57) 청구의 범위

청구항 1

온라인을 통해서 다수의 고객 컴퓨터로 입력된 고객의 개인 신상정보를 비롯하여, 각종 상품, 문제해결을 위한 콘텐츠 및 해당 콘텐츠에 대한 TAG를 저장하는 데이터베이스부와,

고객의 개인 신상정보와 고객의 콘텐츠 소비시에 생성된 TAG를 바탕으로 현재 고객의 구매 가능성이 높은 구매가망상품과, 구매단계별로 현재 고객이 처해있는 최적의 구매가망시기와, 구매가능한 최적의 구매가망가격을 도출하는 프로세서와,

상기 프로세서에 의해 도출된 구매가망상품과, 최적의 구매가망시기 및 구매가망가격에 관한 데이터를 저장하는 구매가망상품 데이터 저장부를 포함하는 온라인 상의 구매가망상품 도출시스템.

청구항 2

제 1항에 있어서,

상기 프로세서에 의해 도출된 특정 고객에 대한 구매가망상품과 구매가망시기 및 구매가망가격 데이터를 시계열적으로 배열하는 구매가망상품 배분 컨트롤러와,

상기 구매가망상품 배분 컨트롤러에 의해 배열된 구매가망상품을 온라인을 통해서 다수의 고객 컴퓨터로 전송하는 데이터 통신 컨트롤러를 추가로 포함하는 온라인 상의 구매가망상품 도출시스템.

청구항 3

제 1항에 있어서,

상기 데이터베이스부는 회원에 대한 성별, 나이, 직업, 주거환경 등의 기본 정보 및 신용카드 유무 등의 부가정보를 저장하는 고객 데이터베이스와,

상품의 종류 및 품명, 가격 등의 정보를 저장하는 상품 데이터베이스와,

각종 콘텐츠에 대한 가격, 기능, 디자인, 애프터서비스 등의 정보를 저장하는 콘텐츠 데이터베이스와,

각각의 콘텐츠 별로 고객정보와, 상품정보 및 콘텐츠의 종류에 따라 특정의 약속된 기호인 TAG를 저장하는 TAG 데이터베이스를 포함하는 온라인 상의 구매가망상품 도출시스템.

청구항 4

제 1항에 있어서,

현재 고객의 처해 있는 구매단계별로 사용시마다 소정의 기호를 생성하여 상기 프로세서로 전송하여 콘텐츠의 소비시에 생성된 구매시기 TAG와 비교 등의 분석을 행할 수 있는 각종 기능버튼이 추가로 구비되는 온라인 상의 구매가망상품 도출시스템.

청구항 5

온라인을 이용한 전자 거래방법에 있어서,

등록 고객의 개인 신상정보에 대응하는 기본정보와 부가서비스 이용시 입력한 부가정보를 바탕으로 구매력 지수를 산출하는 단계(S24)와,

고객의 문제 해결을 위해 콘텐츠를 소비하는 과정에서 구매력 TAG와 상품 TAG를 생성하는 단계(S40, S42)와,

산출된 구매력 지수와 고객의 콘텐츠 소비시에 생성된 구매력 TAG를 바탕으로 통합 구매력지수를 산출하는 단계(S26)와,

고객의 콘텐츠 소비시에 생성된 상품TAG의 누적값을 바탕으로 구매가능한 구매력지수를 산출하는 단계(S48)와,

상기 통합 구매력지수와 구매가능한 구매력지수를 비교 분석하여 구매가망상품을 도출하는 단계(S52)와,

상기 콘텐츠 소비시에 생성된 구매시기 TAG와 기능버튼의 사용횟수를 바탕으로 각종 상품에 대해 고객이 처해있는 구매단계별 현재의 구매가망시기를 도출하는 단계(S214)와,

고객의 개인 신상정보 및 고객의 콘텐츠 소비시에 선택된 구매시기 TAG를 분석하여 각종 상품에 대한 실제 구매 가능한 최적의 구매가망가격을 도출하는 단계(S310)와,

도출된 구매가망상품, 구매단계별 현재의 구매가망시기 및 구매가능한 구매가망가격 데이터를 저장하는 단계(S54), (S216), (S312)를 포함하는 온라인 상의 구매가망상품 도출방법.

청구항 6

제 5항에 있어서,

상기 구매가망시기 도출단계는 콘텐츠에 부여된 특징의 구매시기 TAG가 생성되는 단계(S208)와, 생성된 상기 구매시기 TAG를 저장하는 단계(S210)를 추가로 포함하며, 상기 구매시기 TAG를 비교 분석하여 구매단계별 현재 고객이 처해 있는 구매가망시기를 도출하는 온라인 상의 구매가망상품 도출방법.

청구항 7

제 6항에 있어서,

상기 구매가망시기 도출단계(S200)는 기능버튼의 사용시에 기능버튼의 사용횟수를 누적하는 단계(S204)와,

상기 기능버튼 사용횟수를 분석하여 고객의 구매가망시기를 도출하는 단계 (S212)를 추가로 포함하는 온라인 상의 구매가망상품 도출방법.

청구항 8

제 5항에 있어서,

상기 구매가망가격 도출단계(S300)는 콘텐츠 속성 TAG를 생성하는 단계 (S302)와,

생성된 콘텐츠 속성 TAG를 누적하는 단계(S304)와,

누적된 TAG 데이터를 분석하는 단계(S306)와,

특정고객별, 구매가망상품에 대한 가격 민감지수를 도출하는 단계(S308)와,

특정 고객별, 구매가망상품에 대한 구매가망가격을 도출하는 단계(S310)로 이루어진 온라인 상의 구매가망상품 도출방법.

청구항 9

제 5항에 있어서,

상기 구매가망상품 데이터 저장부에 저장된 구매가망상품 데이터와 구매가망가격 데이터를 구매가망시기 데이터에 의거하여 배분하는 단계(S54)를 추가로 포함하는 온라인 상의 구매가망상품 도출방법.

청구항 10

등록 고객의 개인 신상정보에 대응하는 기본정보와 부가서비스 이용시 입력한 부가정보를 바탕으로 산출된 구매력 지수와 고객의 문제 해결을 위해 콘텐츠를 소비하는 과정에서 생성된 구매력 TAG를 바탕으로 통합 구매력지수를 산출하고, 고객의 콘텐츠 소비시에 생성된 상품TAG의 누적값을 바탕으로 구매가능한 구매력지수를 산출하는 기능과,

산출된 상기 통합 구매력지수와 구매가능한 구매력지수를 비교 분석하여 구매가망상품을 도출하고, 상기 콘텐츠 소비시에 생성된 구매시기 TAG와 기능버튼의 사용횟수를 바탕으로 각종 상품에 대해 고객이 처해 있는 구매단계별 현재의 구매가망시기를 도출하며, 고객의 개인 신상정보 및 고객의 콘텐츠 소비시에 선택된 구매시기 TAG를 분석하여 각종 상품에 대한 실제 구매 가능한 최적의 구매가망가격을 도출하는 기능을 실현시키기 위한 프로그램을 기록한 컴퓨터 판독 가능한 기록매체.

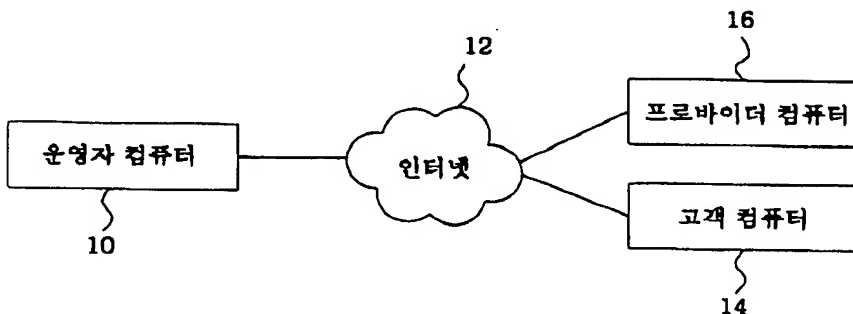
청구항 11

제 10에 있어서,

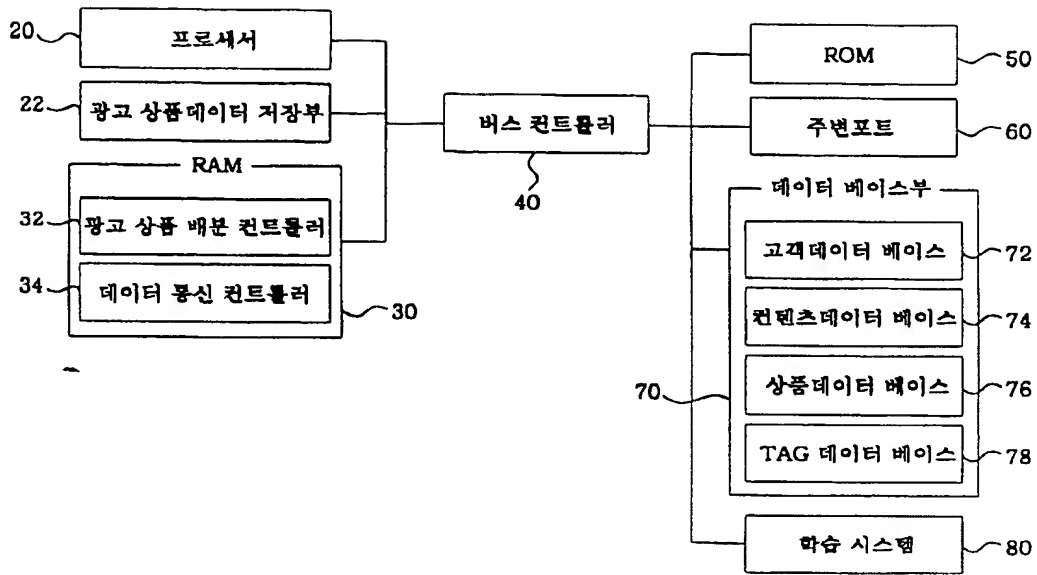
상기 기록매체는 플로피 디스켓이나 CD-ROM 및 광 디스크 등을 이용하는 기록매체.

도면

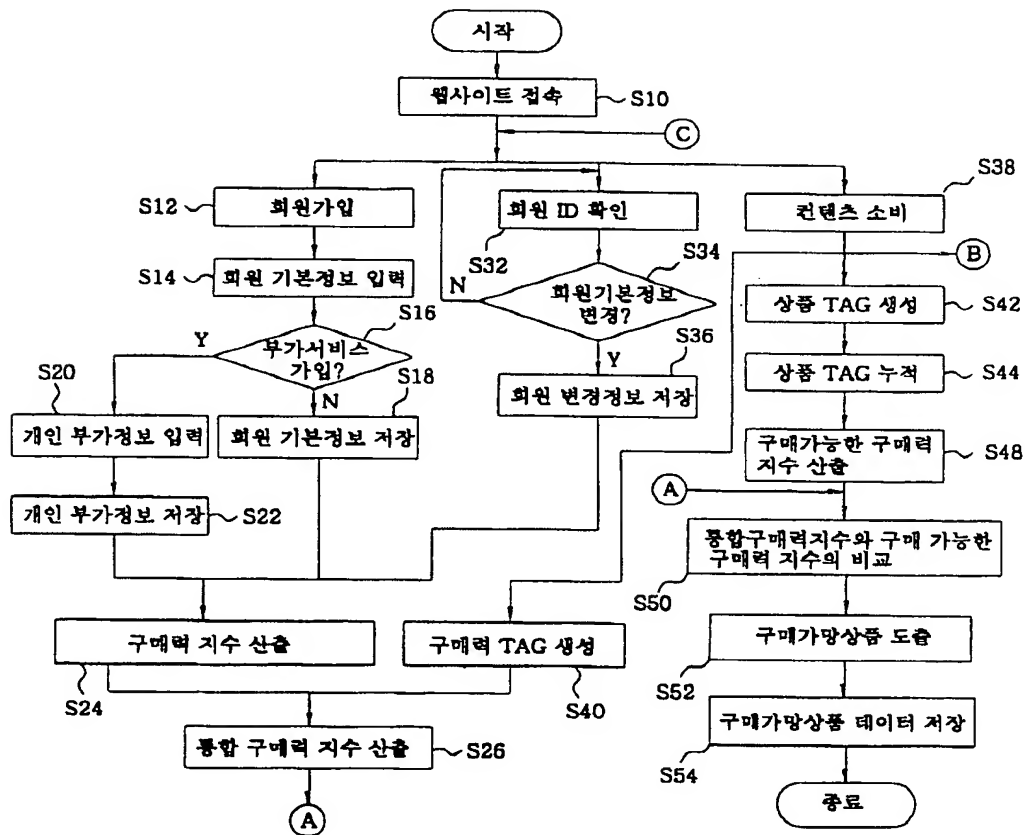
도면1



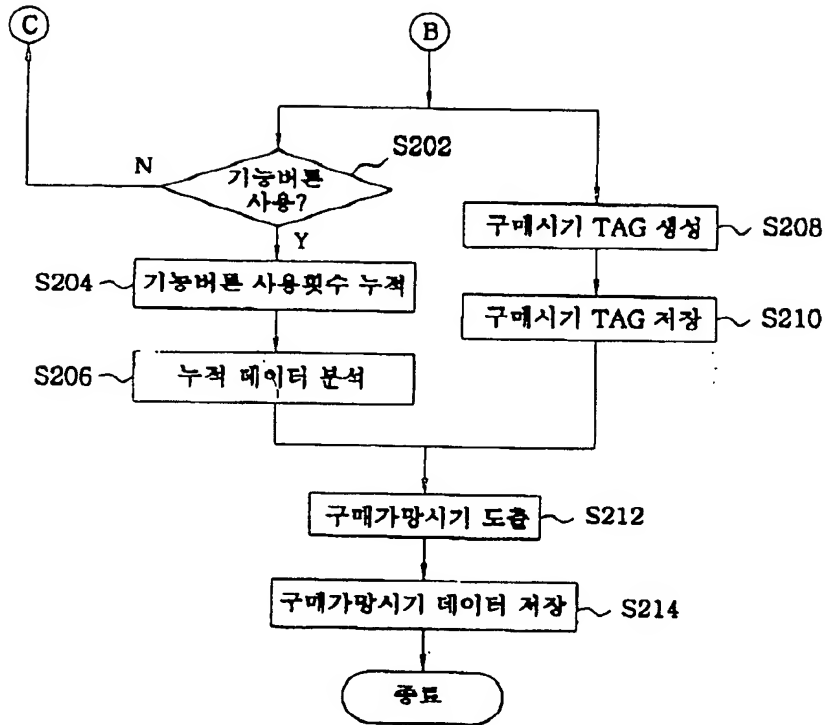
도면2



도면3



도면4



도면5

